

## **PRODUCCION**

La expansión internacional de la empresa, debido a su gran éxito ha permitido aumentar su productividad con unos 42.000 establecimientos repartidos en todo el mundo. Uno de los países en donde McDonald's ha tenido gran éxito es Polonia. Su entrada al mercado polaco estuvo de un intenso programa de preparación, en la que se incluyó estudios de ubicación, construcción de instalaciones, proveedores, personal y legislación aplicable; se inició con un equipo de 50 empleados norteamericanos, los cuales en la actualidad han sido sustituidos por personal nacional.

## **MANTENIMIENTO**

El análisis de la productividad de la empresa no mostraba ningún crecimiento, ya que se pensaba que no había mucho que hacer con el tema de las hamburguesas y papitas fritas, para resolver esta dificultad, la empresa optó por centrar su atención en el mercado extranjero, lo cual le permitiría una gran expansión y mayores ingresos.

## **ADAPTACION**

Al intentar dominar el mercado extranjero, McDonald's se enfrentó a los diferentes tipos de mercado de cada país, por lo que cada uno ha debido ir adaptando sus establecimientos a la cultura de cada uno. Por ejemplo, del mercado holandés, McDonald's adoptó un diseño de tienda prefabricada, lo que le permite trasladarse de un lugar a otro en solo un fin de semana, mientras que Singapur fue la ubicación elegida para el primer mini-McDonald's.

## **DIRECCION**

Para conservar la esencia de la empresa, e inculcar las prácticas básicas de esta, los directivos y supervisores reciben formación en la "Hamburguer University"

Andrés Mateo Otálvaro Bermúdez

Henry López Soto